



Foires/Salon & Marketing digital

**Classification dans le contexte du
cursus de base FOIRES/SALONS**



OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

**ÉVALUER LES FONCTIONS ET LES
SYNERGIES DANS LE CONTEXTE
DES FOIRES/SALONS ET DU
MARKETING DIGITAL.**

**Dans ce module, nous en apprendrons davantage sur
le marketing digital, en quoi il diffère du Live-
Marketing des foires/salons et en quoi tous deux sont
complémentaires.**

LEGENDE



Exercice



Memorandum



Approfondissement des connaissances



Marketing digital

Dans ce contexte, sous le terme de marketing digital, il faut comprendre toutes mesures de marketing qui ont lieu par le biais de canaux digitaux. Dans la plupart des cas, ces canaux sont également des canaux en ligne accessibles individuellement (à l'exception p. ex. de l'affichage numérique ou du Out-of-Home).



Quels outils parmi
ceux mentionnés
connaissiez-vous
?
Discuter des cas
d'utilisation
possibles.

Outils digitaux courants et leur utilisation

	B2B	B2C
Website	+++	+++
Blogs	++	+++
E-Mail	+++	++
Influencer (digital)	+	+++
Affiliate-Marketing	+	++
Business-Netzwerke	+++	
Portails de la branche	+++	+
Portails thématiques	+	++
Newsletter	+++	+++
Social Media	++	+++
SEA (publicité sur les moteurs de recherche)	+	++
SEO (Optimisation des moteurs de recherche)	+++	+++
Online-Shops	+	+++
Mobile Marketing	++	+++

+ = utilisation; ++ = utilisation diffusée; +++ = utilisation intensive (propres recherches)



Discutez des
différences entre le
contenu digital et
Live

Contenu diffusé et sa pertinence (comparaison digital/live)

	digital		live	
	B2B	B2C	B2B	B2C
Displaymarketing (publicités, bannière publicitaire)	++	+++	+	+
Content	+++	++	+++	++
Storytelling	++	+++	+++	+++
Offres/ations	++	+++	+++	+++
Concours	+	+++	++	+++
Analytics	+++	+++	++	++
Informations générales	++	++	++	++
Informations spécifiques	++	++	+++	+++
Présence physique			+++	+++
Contribution personnelle			+++	+++
Élément de programme en live			+++	+++
Service clients personnalisé	+	+	+++	+++
Sponsoring	+	+	+++	+++

+ = Adéquation; ++ = Bonne adéquation; +++ = Adéquation particulière; évaluation personnelle sur la base de disc



Objectifs typiques et leur suivi (comparaison digital/live)

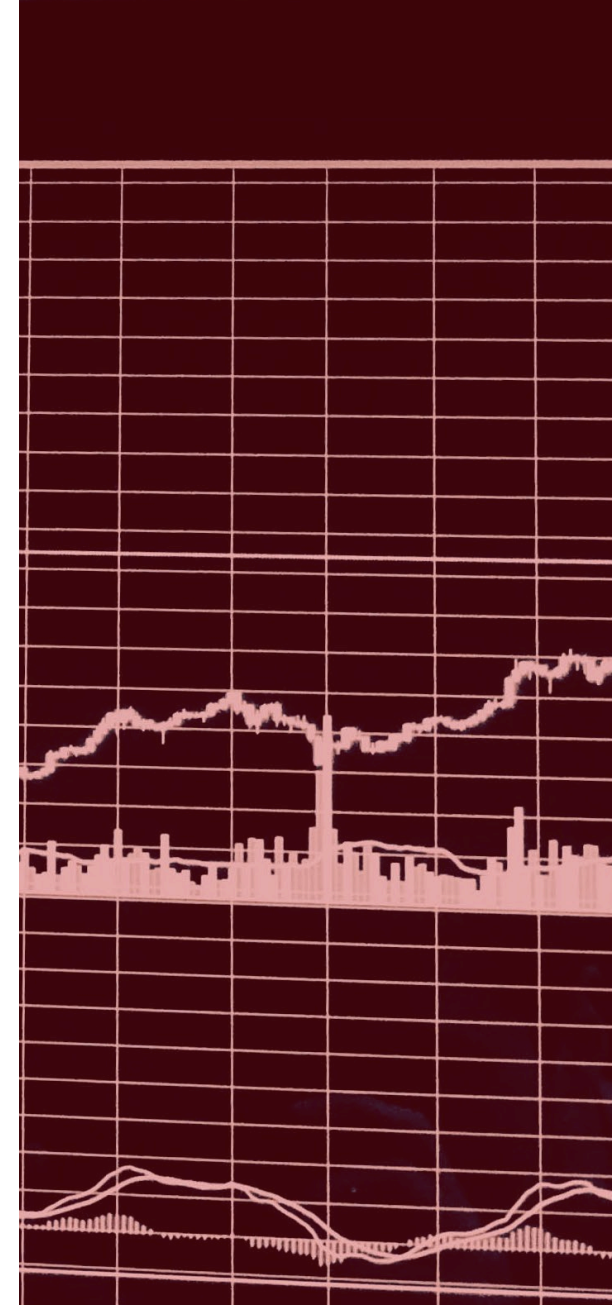
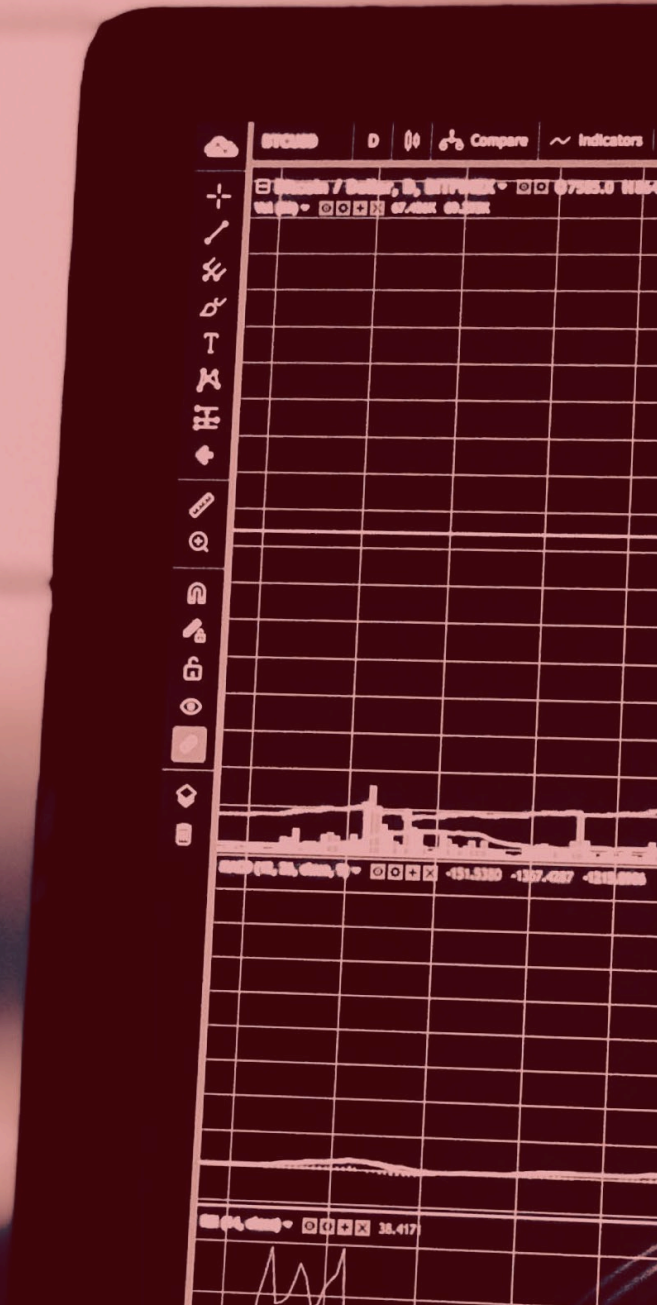
Objectifs typiques et leur suivi (comparaison digital/live)

	digital		live	
	B2B	B2C	B2B	B2C
Brand Awareness	++	++	+++	+++
Leadgenerierung	++	++	+++	+++
Conversion	+	++	+	++
Fidélité clients	+	+	+++	+++
Upselling	+	++	+++	+++
Involvement/Attribution	+	+	+++	+++
Seeding (diffusion virale)	++	+++	+	+
Marketing Automation	+++	+++	+	+
Durée de présence	+++	+++		
Qualité du contact	+	+	+++	+++
Portée	+++	+++	++	++

+ = Adéquation; ++ = Bonne adéquation; +++ = Adéquation particulière; évaluation personnelle sur la base de disc

SWOT-Analyse

Afin de mieux comprendre les différences, les similitudes et, surtout, les potentiels de synergie entre le marketing numérique et le Live-Marketing, nous examinerons ci-dessous leurs forces, faiblesses, opportunités et risques.





**Voyez-vous
d'autres forces ?**

Forces du marketing digital

Aucune limite dans l'espace

Aucune limite dans le temps

Approche très individuelle du groupe cible (1: 1) possible

Tarification différenciée par groupe cible

Diffusion de contenu différenciée par groupe cible

Haut degré d'automatisation possible

Génération complète de données d'analyse

Nombreuses approches de la mesurabilité

Effet de réseau et effet boule de neige

Mise à l'échelle largement illimitée

Le thème est „en vogue“

Etablissement et maintien de communautés éloignées

Temps de réaction rapide possible

Variété de formats avec de nombreux éléments (interactifs limités)



**Voyez-vous
d'autres forces ?**

Forces du marketing digital (1/3)

Zoom sur le lieu et le temps

Conseils de professionnels personnalisés

Nombreuses possibilités de promotions spéciales (interactive)

Pas de surprise au niveau des prix

Services supplémentaires étendus

Environnement de la branche et environnement régional animés

Expérience multisensorielle

Caractère de l'événement spécial en direct

Prise en charge du système cible multi-niveaux

Approche spontanée du client possible

Saisie/explications haptiques possibles

Ambiance particulière des participants

Des facteurs doux peuvent être expérimentés

Impact médiatique notable sur l'environnement



**Voyez-vous
d'autres forces ?**

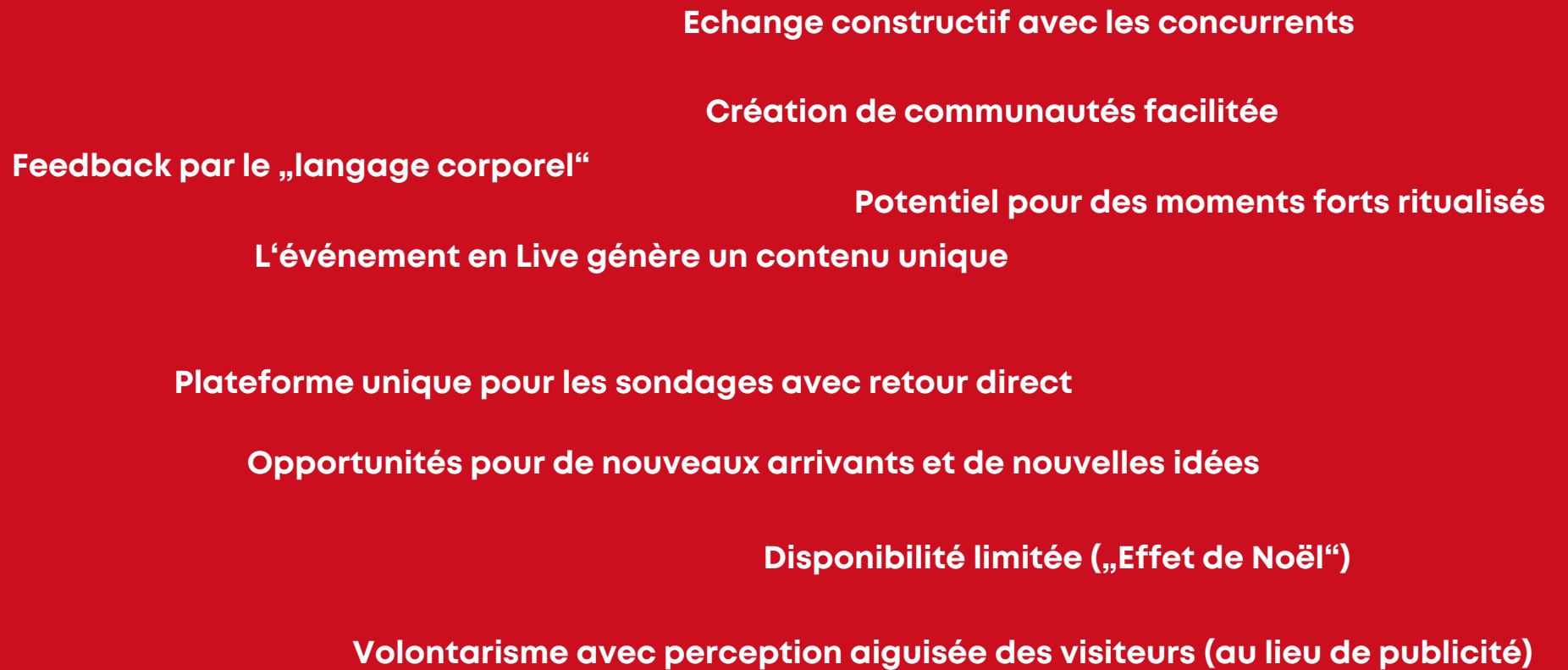
Forces du marketing digital (2/3)

- Publicité de base complète
- Invitation ciblée de clients réguliers (effet multiplicateur !)
- Permet de profiter d'effets d'aubaine/d'achats spontanés
- Présentation dans un contexte concurrentiel
- Contribution individuelle au programme-cadre possible
- Possibilité de profondeur d'appel variable
- Possibilité de contrôle complet du succès
- Héritage notable et comportement entraîné
- Efficacité grâce à une présence exhaustive des acteurs du marché
- Logistique des marchandises aisée
- réduction des frais de déplacement (pour les salons professionnels)
- Caractère incitatif pour les employés
- Teambuilding intensif pour le personnel du stand
- Permet la construction/stabilisation de communautés vivantes



**Voyez-vous
d'autres forces ?**

Forces du marketing digital (3/3)



Meilleures utilisations de «l'opportunité Marketing digital»



À ce stade, les intervenants devraient, si possible, intégrer les meilleures utilisations issues de leur propre expérience afin d'étayer la pertinence pratique de ces opportunités.



**Voyez-vous
d'autres faiblesses
?**

Faiblesses du marketing digital

Mouvement de Digital-Detox

Crainte des fuites de données / surveillance / espionnage

Nivellement tendant à une uniformité ennuyeuse

Omniprésence et complète disponibilité qui émoussent l'intérêt des groupes cibles

complexité technique dissuasive

Manque de transparence entre les plateformes

Dépendance aux algorithmes

Effets de masse incontrôlables (Shitstorms)

Monopole de plateforme



**Voyez-vous
d'autres faiblesses
?**

Faiblesses du marketing digital

Attentes croissantes

Diminution partielle de la durée de séjour

Diminution partielle de la volonté/autorisation de voyager

Marginalisation non reflétée par les „Digital Natives“

Méconnaissance des approches innovantes

Effet domino dus à l'absence d'essai par les leaders du marché

Réduction des salons pour la promotion des ventes

Exigence de durabilité pour la conception des stands

Classement des «faiblesses du marketing digital»



A ce stade, les intervenants doivent, si possible, indiquer les moyens grâce auxquels - à partir de leur expérience pratique - les faiblesses peuvent être minimisées.

Analyse SWOT

Le marketing digital est particulièrement convaincant en raison de son haut niveau d'automatisation, de son indépendance de temps et de lieu et de sa grande évolutivité.

- son caractère événementiel unique,
- son niveau personnel et de confiance,
- Son approche régionale/thématique claire (avec développement d'une community durable),
- et de ses composants multisensoriels.

Le marketing digital présente des faiblesses principalement en raison de son anonymat, sa complexité technique et l'absence de facteur tangible-haptique - autant de domaines dans lesquels le live marketing est fort. D'autre part, les faiblesses du live marketing en termes de disponibilité indépendante du temps et de l'espace peuvent facilement complétées être à l'aide de composants digitaux.

Résumé

Analyse SWOT

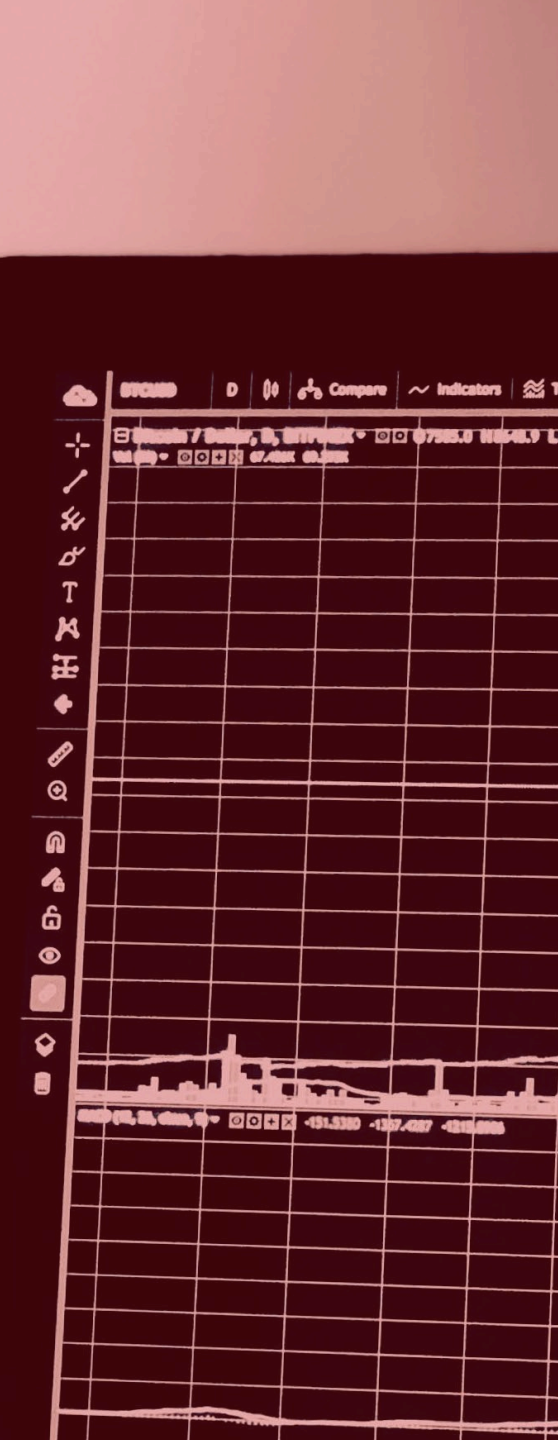
Le live et le digital se complètent également parfaitement en matière d'opportunités.

La pertinence élevée auprès des Digital Natives peut être consolidée grâce au niveau élevé de relation personnelle du marketing en direct.

Les événements en direct, en revanche, peuvent donner à l'omniprésence numérique un avantage décisif en termes de pertinence grâce à leur caractère unique..

En termes de risques, en revanche, la composante personnelle du marketing en direct peut atténuer de manière décisive les réticences et les besoins de désintoxication.

En revanche, la présence numérique peut maintenir de manière stable les marques dans la prenantes conscience du marché et représenter ainsi une sorte d'ancrage pertinent pour les parties concernées.



Exemple hybride Live/Digital : Plateforme numérique

À l'initiative de Messe Luzern, les salons agricoles Suisse Tier (Lucerne), Tier & Technik (St-Gall) et Fruchtwelt Bodensee (Friedrichshafen, D) ont lancé la plateforme numérique « Farming.plus » en complément de leurs salons.

Exemple hybride Live/Digital : Plateforme numérique

Fondamentalement, une telle plateforme numérique vise à concrétiser préalablement les prestations promises d'un événement en direct.

Les visiteurs peuvent ainsi déterminer à qui et à quels thèmes/solutions ils peuvent s'attendre.

Ensuite, les impressions peuvent être vérifiées, les contacts approfondis et les expériences classées.

Über Farming.plus

Farming.plus ist der digitale Treffpunkt für die Landwirtschaft

Auf Farming.plus präsentieren verschiedene Anbieter und Akteure aus dem Landwirtschaftsumfeld ihre Neuigkeiten und Inhalte 365 Tage im Jahr - vergleichbar wie sie diese auf Messen einige Tage im Jahr zeigen. Farming.plus erweitert Messen als persönliche Treffpunkte in die digitale Welt.

Farming.plus informiert Sie 365 Tage im Jahr über das, was Sie wirklich interessiert

Auf Farming.plus folgen Sie den Themen, die Sie interessieren und erhalten genau die Informationen, die wirklich relevant für Sie sind - auf der Webseite und in Ihren persönlichen News aus der Welt der Landwirtschaft per E-Mail.

Messen

Farming.plus ist die digitale Erweiterung der Suisse Tier, der Tier&Technik und der Fruchtwelt Bodensee.

Sie können Ihren Farming.plus-Account mit Ihren hinterlegten Interessen für die Messevorbereitung auf der Suisse Tier Webseite, der Tier&Technik Webseite und der Fruchtwelt Bodensee Webseite nutzen. So entdecken Sie auf den Messen, was für Sie wirklich relevant ist.

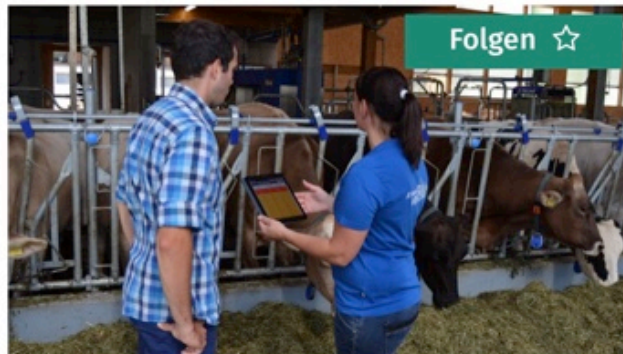


Auf Farming.plus werden aktuelle Themen in der Landwirtschaft in den Trendthemen aufgegriffen.

[Folgen](#) ☆

Tiergesundheit / Tierwohl

Entdecken Sie hier Lösungen und Anregungen zum Thema «Tiergesundheit / Tierwohl».

[Jetzt entdecken](#)[Folgen](#) ☆

Genetik / Herdenmanagement

Entdecken Sie hier Lösungen und Anregungen zum Thema «Genetik / Herdenmanagement».

[Jetzt entdecken](#)[Folgen](#) ☆

Automatisierung / Digitalisierung / Smart Farming

Entdecken Sie hier Lösungen und Anregungen zum Thema «Automatisierung / Digitalisierung / Smart Farming».

[Jetzt entdecken](#)

[Startseite](#) > [Videos](#)

Videos

Entdecken Sie spannende Videos aus der Landwirtschaft und von den wichtigsten Veranstaltungen.

Trendthema

Bitte wählen

Anwendungsbereich

Bitte wählen



Ammoniakreduktion um ein Vielfaches direkt am Kotband

Urs Inauen stellt seine Neuheit BURA an der Suisse Tier 19 vor. BURA trocknet Hühnerkot direkt auf dem Kotband und erreichte eine Ammoniak-Reduktion...



Ihr Partner für alle Wiegeanwendungen

Erfahren Sie von Aldo Grüter, dem Inhaber der Grüter Waagen GmbH, was sein Unternehmen auszeichnet und wieso es der ideale Partner für alle...



Einzigartige Kombination aus Beleuchtung und Ionisation

LED Freshlight verspricht Ställe nicht nur in perfektes Licht zu tauchen, sondern auch von schlechter Luft zu befreien. Erfahren Sie von Ivo Sigrist,...

Showcases

Entdecken Sie interessante Anwendungsbeispiele aus der Landwirtschaftsbranche.

Trendthema

Bitte wählen

Im Showcase gezeigtes Produkt

Bitte wählen

Anwendungsbereich

Bitte wählen

Im Showcase gezeigte Dienstleistung

Bitte wählen



MooCall Abkalbemelder: Der Lebensretter

MooCall ist ein innovativer Abkalbemelder, der am Kuhschwanz angebracht wird. Das Gerät schickt ca. 1 Stunde vor Abkalbebeginn eine SMS an deine...



1. Platz 2019: Smart Stall - Ferngesteuerter Futterschieber

Adrian Zumstein, Landwirt, und Joel Ming, Informatiker, aus Giswil OW haben einen Futterschieber entwickelt. Dieser lässt sich über die Smart-Home-App...



2. Platz 2019: Schöntal Ei Cleaner

Das Putzen der Eier seiner 18000 Legehennen ging Markus Zürcher zu wenig schnell. Darum erfand er den «Schöntal Ei Cleaner» – eine Eierrollputzbürste.

[Startseite](#) > [Fachwissen](#)

Fachwissen

Entdecken Sie hier Fachwissen für die Landwirtschaftsbranche.

Trendthema

Bitte wählen

Anwendungsbereich

Bitte wählen



Die Waage als Management-Tool für den Landwirt

Eine Waage ist für den unternehmerisch denkenden Landwirt ein Management-Tool, welches sich schnell bezahlt macht. Sei es, indem das optimale...



Eisen – kleines Element mit grosser Wirkung

Neugeborene Ferkel besitzen in der Leber nur sehr kleine Eisenreserven. Die Muttermilch der Schweine ist zudem so arm an Eisen, dass diese nur knapp...



Salz im Stoffwechsel: Lebenswichtige Funktionen

Natrium und Chlor beeinflussen die Wärmeregulation, die Steuerung des Wasserhaushaltes und viele Vorgänge rund um Geburt, Zyklus und Brunstgeschehen....

Entdecken Sie spannende Produkte-Highlights.

Produktname

Produktklasse



Block Bond Eco®: 2-Komponenten-Klauenklebstoff

Der zweikomponentige Polyurethanklebstoff Block Bond Eco® wurde speziell für die Klauenpflege und das sichere und schnelle Verkleben von Holzklötzen...

Veröffentlicht:
19.11.2019



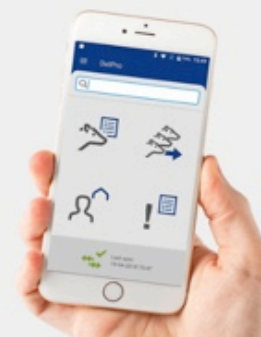
SUISAG Mutterlinie - Schweizer Edelschwein



SUISAG Zuchtprogramm: Rassenüberblick

Die SUISAG hat in den letzten Jahrzehnten ein eigenständiges und einzigartiges Zuchtprogramm aufgebaut. Den Züchtern steht eine qualitativ gute...

Veröffentlicht:
18.11.2019



DelPro Companion: Besseres Herdenmanagement

DelPro ist eine Herdenmanagement App, um auf Ihrem Handy die Daten vom Herdenmanagementprogramm abrufen und eingeben zu können. Delpro Companion...

Veröffentlicht:
11.11.2019



Suchen nach Anbietern, Produktklassen- und Gruppen, Dienstleistungsklassen- und Gruppen

Detaillierte Suchoptionen einblenden



Agro Weber GmbH

Erfahrung - Kompetenz - Qualität, alles aus einer Hand

Goldau
Schweiz



Amrein Futtermühle AG

Hochwertiges Qualitätsfutter, abgestimmt auf die Bedürfnisse und Leistungen Ihrer Tiere.

Sempach Station
Schweiz



Anicom AG

Die Anicom AG ist ein national führendes Tiervermarktungsunternehmen im Dienste der Schweizerischen Landwirtschaft. Sie vermarktet...

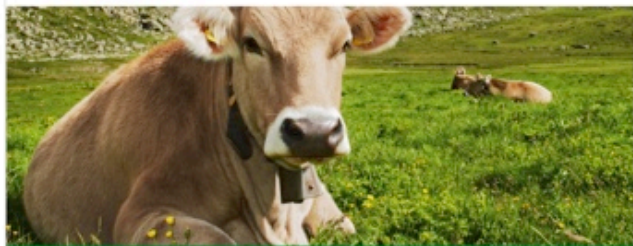
Zollikofen
Schweiz

Entdecken Sie spannende Dienstleistungs-Highlights.

Dienstleistungsname

Dienstleistungsklasse

happyfarm



DIE TIERGESUNDHEIT LIEGT UNS AM HERZEN!

Tiergesundheit, Tierwohl und Antibiotikareduktion

Die Art und Weise der Nutztierhaltung wird für den Konsument immer wichtiger. HappyFarm® ist ein Produkteprogramm zur Förderung der Tiergesundheit...

Veröffentlicht:
19.11.2019



happypig



DAS TIERWOHL LIEGT UNS AM HERZEN!

Tiergesundheit, Tierwohl und Antibiotikareduktion

Die Art der Nutztierhaltung wird für den Konsument immer wichtiger. HappyPig® ist ein Produkteprogramm zur Förderung des Tierwohls in der...

Veröffentlicht:
19.11.2019

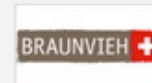


das Fundament für die Zukunft
www.gesundeklaeu.ch

Klauengesundheit: Das Fundament für die Zukunft

Lahmheiten und Klauenerkrankungen sind die dritthäufigste Abgangsursache beim Schweizer Milchvieh. Deshalb haben Tierhalter, Klauenpfleger und...

Veröffentlicht:
13.11.2019



Die Online-Marketing-Lösung um Neukunden in der Landwirtschaft zu akquirieren.



Möchten Sie Ihre Zielgruppe basierend auf deren Interessen erreichen?



Möchten Sie 365 Tage im Jahr neues Geschäft und neue Kunden gewinnen?

Dann ist Farming.plus Ihre Online-Marketing-Lösung

Wie funktioniert Farming.plus?

1.

Fachpersonen und Besucher von Fachmessen registrieren sich für Farming.plus und hinterlegen Ihre Interessen.



Trendthema

Bitte wählen



Anwendungsbereich

Bitte wählen



☐ Vergangene Veranstaltungen auch anzeigen



Fruchtwelt Bodensee 2020

Nicht nur den Geschmack der Landwirte, sondern auch den der Obstbauern trifft die Fachmesse wie gewohnt mit einem Themenspektrum, das sich vom...

Fr, 14. Februar 2020 -
So, 16. Februar 2020
Friedrichshafen



Tier&Technik 2020

Die Tier&Technik ist bei vielen Landwirten schon lange im Voraus im Kalender eingetragen. Seien Sie mit dabei, wenn rund 480 Aussteller dem...

Do, 20. Februar 2020 -
So, 23. Februar 2020
St.Gallen

La plateforme numérique fonctionne de telle sorte que les visiteurs professionnels (et les professionnels) s'inscrivent en fonction de leurs intérêts spécifiques.

Avec le soutien des opérateurs des plateformes, les exposants publient des contenus (innovations, showcases, exemples d'application, articles professionnels illustrés, images animées), ainsi que des invitations à la présentation du salon ou à leurs propres événements.

Les utilisateurs intéressés découvrent le contenu sur la plateforme numérique ou le reçoivent par le biais de newsletters en fonction de leurs intérêts.

Objectifs „Farming Plus“



Avec l'offre standard, les exposants atteignent généralement sur Farming.plus les objectifs suivants :

- _ 15.000 à 30.000 témoignages**
- _ 3.500 à 7.000 pages consultées**
- _ 50 à 100 consultations de coordonnées**

Le prix du paquet standard se situe autour de 1.908,00 CHF par année.



Allez visiter le site „Farming plus“ et surfez à travers le contenu proposé. Discutez en groupes des compléments qui sont ici apportés aux salons.

Approche hybride complémentaire

L'exemple de "Farming plus" démontre comment une approche hybride de Marketing Live et digital combine les forces des différents canaux de manière complémentaire et maximise ainsi la valeur ajoutée pour les exposants et les visiteurs.

Les faiblesses telles que la limitation de disponibilité, de présence et de perception sont efficacement et durablement réduites.